

TAJUK RENCANA

Tantangan Biro Perjalanan Wisata

SEKTOR pariwisata di DIY terus bergerak seiring meningkatnya kunjungan wisatawan. Boleh dikatakan, destinasi pariwisata di DIY, terutama Sabtu-Minggu, tak pernah sepi dari pengunjung, baik wisatawan lokal maupun luar daerah. Pengelola tempat pariwisata juga sudah memahami pentingnya menegakkan protokol kesehatan (prokes) yang ketat demi mencegah penyebaran Covid-19. Sayangnya, masih ada wisatawan yang melanggar prokes, antara lain tidak disiplin memakai masker dan menjaga jarak.

Ironisnya, meningkatnya jumlah wisatawan tidak berbanding lurus dengan pergerakan bisnis biro perjalanan. Bahkan, bisnis biro perjalanan wisata travel agent di DIY yang tergabung dalam Asosiasi Perusahaan Perjalanan Wisata Indonesia (Asita) masih belum bisa bergerak di masa pandemi Covid-19 ini. Wisatawan kini lebih memilih berwisata menggunakan kendaraan pribadi demi keamanan dan kenyamanan sejak pandemi, terlebih dengan semakin mudahnya akses jalan tol saat ini (KR 17/11).

Kondisi tersebut tentu menjadi tantangan tersendiri bagi biro perjalanan wisata agar tidak stagnan. Tren pariwisata yang mengarah *self traveller* dan menggunakan kendaraan pribadi selama masa pandemi ini, hemat kita , tak perlu ditentang melainkan justru harus diimbangi dengan terobosan atau inovasi yang lebih menarik dari biro perjalanan wisata. Dengan kata lain, kalau biro perjalanan wisata bersungguh-sungguh ingin bangkit dan tidak stagnan, maka harus bikin terobosan antara lain dengan menawarkan paket-paket perjalanan yang relatif murah, praktis, sehat dan menarik.

Lebih dari itu, biro perjalanan harus menjamin keamanan wisatawan, baik selama perjalanan maupun setelah sampai tujuan. Bila penerapan prokes longgar, justru akan dijauhi wisatawan. Sebaliknya, biro perjalanan yang nerapkan prokes secara ketat, malah menjadi daya tarik tersendiri. Sebab, wisatawan bukan saja menginginkan kenyamanan, tapi juga keamanan, termasuk aman dari tertularnya Covid-19.

Ini lah ePRRI bagi Asita DIY untuk merumuskan terobosan, yakni membuat paket-paket perjalanan yang menarik dan sehat. Dengan cara itu, wisatawan yang selama ini mengarah ke *self traveller* akan berhitung untuk kembali memilih biro perjalanan yang relatif lebih murah, aman, nyaman dan sehat. Kalau pun saat ini pelaku bisnis biro perjalanan sedang intensif mengikuti program-program peningkatan kapasitas atau *skill* , bukan berarti mandek, melainkan terus bergerak menyesuaikan tren dan kebiasaan baru.

Berkaitan itu, Asita DIY selain harus menggandeng *stakeholder* di bidang pariwisata, juga terus melakukan pembenahan serta evaluasi, terutama terkait penerapan prokes, sehingga tidak ada kekhawatiran bagi wisatawan untuk menggunakan biro perjalanan. Kita menyadari, biro perjalanan wisata adalah bisnis yang tak terpisahkan dari industri pariwisata secara keseluruhan. Sehingga diharapkan, semua sektor penunjang pariwisata terus bergerak mengikuti tren dan kebiasaan baru, tanpa mengendurkan penerapan prokes. Dengan cara demikian, kita yakin biro perjalanan wisata, meski perlahan nampun pasti, akan bangkit dan pulih kembali. □

Iklan Politik dalam Pilkada

Ulfah Hidayati

Upaya tebar pesona elite politik lebih mengkonsentrasikan pada *packaging* daripada isinya. Mereka berusaha mengubah gagasan masyarakat dengan cara instant. Bagaimana agar rakyat bisa terpengaruh oleh kemasam iklan sehingga dalam pilkada mau memilih mereka. Aspek isi yang lebih substansial cenderung dilupakan, sehingga fungsi iklan politik untuk mencerdaskan masyarakat jadi tidak nampak. Peran iklan politik pun hanya sampai pada batas membu-



menjadi aspek penting dalam keberlangsungan kota tersebut.

Rakyat Cerdas

Iklan politik hanyalah salah satu pendukung dalam penentuan pilihan rakyat dalam pilkada. Rakyat kita semakin cerdas dan cermat untuk menentukan calon pemimpin mana yang layak dipilih. Kehati-hatian masyarakat bisa juga dikaitkan dengan faka sejarah. Dalam alam reformasi seperti sekarang ini, masyarakat secara terbuka tidak akan terpengaruh oleh janji-janji indah.

Peran iklan politik ditengah-tengah kondisi masyarakat yang sudah mulai meleak politik ini tidak efektif jika untuk membentuk citra positif secara instant. Iklan politik lebih berperan dalam memperkuat citra yang ada, bukan menciptakan citra baru secara instans. Butuh waktu yang panjang untuk membentuk citra positif seseorang.

Ketika masyarakat makin cerdas, iklan politik hanya memiliki peran dalam membentuk kemasam, bukan isi. Dan masyarakat tentunya juga akan lebih memilih isi yang berkualitas daripada tampilan luarnya saja. Proses pembentukan isi/substansi tentunya memakan waktu dengan kerja-kerja panjang yang melelahkan. Dan ini bukan pekerjaan singkat, sesingkat membalikkan tangan. Perlu mengedepankan moralitas, menjunjung tinggi kepentingan rakyat dan berperilaku sesuai kearifan lokal. □

*) **Ulfah Hidayati MIKom**, Dosen Ilmu Komunikasi FIS Universitas Negeri Yogyakarta

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 535 - 575 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

UEA Tabuh Genderang Sekularisasi

Faisal Ismail

UNI Emirat Arab (UEA) merupakan negara federasi dari tujuh emirat: Abu Dhabi, Dubai, Ajman, Fujairah, Ras al-Khaimah, Sharjah dan Umm al-Qaiwain. UEA terkenal sebagai negara penghasil minyak ketiga terbesar di kawasan teluk setelah Arab Saudi dan Iran. Sejak 1973, UEA telah mengalami perubahan signifikan dan menjadi negara modern dengan taraf hidup yang tinggi. Penduduk UEA berjumlah 9,3 juta jiwa (mayoritas muslim), penduduk asli sekitar 15%, sedang penduduk non-UEA mencapai 85%. Di kota-kota multietnik seperti Dubai jumlah ekspatriat khususnya dari Eropa, Australia, Amerika Utara dan Amerika Latin mencapai 500.000 jiwa. Lebih dari 100.000 berkebangsaan Inggris tinggal di negara itu. Dengan ikon Burj Khalifah yang sangat tinggi dan megah, UEA terkenal sebagai negara yang memiliki menara tertinggi di dunia.

Di bawah kepemimpinan Presiden Khalifa bin Zayed Al-Nahyan, UEA menata diri menjadi negara modern bertaraf internasional. UEA telah melakukan normalisasi hubungan dengan Israel yang dikecam terutama rakyat Palestina. Tahun depan UEA akan menjadi tuan rumah pameran World Expo. Untuk menarik lebih banyak turis mancanegara dan investasi dari luar, pemerintah UEA membuat kebijakan yang kadangkala berabu kontroversial. Sabtu 7 November lalu, pemerintah UEA mengumumkan perombakan dan dekonstruksi terhadap aturan hukum Islam (syariat). Kebijakan pemerintah UEA yang dikenal sebagai negara Arab-Islam tentu sangat mengejutkan bagi Umat muslim yang taat syariat.

Sekularisasi

Hanya dua hal yang hendak disoroti terkait dekonstruksi dan perombakan aturan hukum yang dicanangkan Pemerintah UEA. Pertama, menurut

aturan hukum lama yang berlaku di negara UEA, *kumpul kebo* atau kohabitasi (pasangan pria-wanita yang tinggal bersama tanpa ikatan pernikahan atau di luar nikah) dipandang sebagai kejahatan serius dan dikenakan hukuman penjara sampai tiga tahun, diikuti dengan pendeportasian atau pasangan tersebut langsung dideportasi dari UEA.

Di bawah aturan hukum yang baru, pemerintah UEA akan melonggarkan aturan hukum tentang kohabitasi ini dengan membolehkan pasangan pria-wanita tanpa ikatan pernikahan tinggal/hidup bersama seperti layaknya suami-istri. Ini berarti pemerintah UEA melegalkan pasangan pria-wanita tanpa ikatan perkawinan tinggal atau hidup bersama. Tanda diragukan lagi, kebijakan pemerintah UEA ini sudah ‘melanggar’ hukum Islam (syariat) dan jelas hal ini merupakan sekularisasi di bidang hukum.

Kedua, menurut aturan hukum lama yang berlaku di UEA, orang-orang di negara itu harus mendapatkan izin secara khusus untuk bisa membeli, memiliki atau membawa minuman keras ke kediaman mereka untuk dikonsumsi. Dalam hubungan ini, Pemerintah UEA juga hanya membolehkan orang-orang di atas usia 21 tahun untuk membeli, memiliki dan mengonsumsinya. Terkait dengan aturan hukum ini, pemerintah UEA mengizinkan semua warga non-muslim untuk mengonsumsi minuman beralkohol di tempat-tempat yang telah

diizinkan oleh pemerintah, tetapi aturan hukum ini tidak berlaku bagi warga Muslim.

Di bawah aturan hukum yang baru, warga Muslim di UEA juga diperbolehkan dan bisa mengajukan izin untuk membeli, memiliki dan mengonsumsi alkohol. Menurut syariat Islam sebagaimana secara eksplisit tertera dalam Alquran (QS Al-Baqarah: 219-220), terlarang atau haram hukumnya mengonsumsi minuman keras (khamar, alkohol dan sejenisnya). Aturan INI sudah ‘menyimpang’ dari syari’at Islam. Ini juga merupakan sekularisasi di bidang hukum.

Sekularisme adalah paham, filsafat atau pandangan hidup yang melepaskan ajaran agama dari kehidupan. Sekularisasi adalah penerapan sekularisme. Dua dekonstruksi dan perombakan aturan hukum Islam di UEA sebagaimana disoroti di atas, jelas pemerintah di negara itu telah menabuh genderang sekularisme dan sekularisasi. □

*) **Prof Dr Faisal Ismail**, Guru Besar PPs FIAI UII Yogyakarta dan UIN Sunan Kalijaga.

Pojok KR

Bisnis biro perjalanan wisata masih stagnan.

-- Dituntut kreatif dan inovatif.

Harga bapak pangan masih fluktuatif.

-- Mudah-mudahan hanya temporer.

Awal 2021 diharapkan sekolah mulai tatap muka.

-- Terutama di zona hijau dengan prokes ketat.

Beraksi

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers) No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990. Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.

Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta, Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.

Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).

Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Penasihat:** Drs Hdm Idham Samawi. **Komisaris Utama:** Prof Dr Inajati Adrisjianti. **Direktur Utama:** M Wirmon Samawi SE MIB. **Direktur Pemasaran:** Fajar Kusumawardhani SE. **Direktur Keuangan:** Imam Satriadi SH. **Direktur Umum:** Yuriya Nugroho Samawi SE MM MSc. **Direktur Produksi:** Baskoro Jati Prabowo SSos.

Pemimpin Umum: M Wirmon Samawi SE MIB. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Ronny Sugiantoro SPd, SE, MM. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Drs Widyo Suprayogi, Dra Hj Fadmi Sustitwi, Dra Prabandari, Isnawan, Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, Hanik Atfiati, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhammad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Drs Sihono HT, Agung Purwandono,. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis:** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Pemimpin Perusahaan: Fajar Kusumawardhani SE. **Kepala TU Langganan:** Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)

Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankrk23@yahoo.com, iklankrk13@gmail.com.

Langganan per bulan termasuk ‘Kedaulatan Rakyat Minggu’. Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display..Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarua...Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris, maks. 10 baris). Rp 12.000,00 /baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm, maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm . Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif. Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting) **Alamat Percetakan:** Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab percetakan

Alamat Homepage: http://www.kr.co.id dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio :** KR Radio 107.2 FM.

Bank: Bank BNI - Rekening: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.

Perwakilan dan Biro:

Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. Wakil Kepala Perwakilan: Hariyadi Tata Raharja.

Wartawan : H Imong Dewanto (Kepala Biro), H Ishaq Zubaedi Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga. **Samarang:** Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Kepala Biro : Isdiyanto Isman SIP.

Banyumas : Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPd. Kepala Biro : Driyanto.

Klaten : Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan dan Kepala Biro : Sri Warsiti.

Magelang : Jalan Achmad Yani No 133, Magelang, Telp (0293) 363552. Kepala Perwakilan: Sumiyarsih, Kepala Biro : Drs M Thoha.

Kulonprogo : Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Kepala Perwakilan : Suprpto, SPd Kepala Biro : Asrul Sani.

Gunungkidul : Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo.